

روزنامه اجتماعی، فرهنگی، اقتصادی

■ **حضرت امیر المؤمنین علی:**

فروتنی بالا می برد  
و خودبزرگ بینی بر زمین می زند.

■ اذان ظهر: ۱۱:۴۹ ■ غروب آفتاب: ۱۷:۲۴  
■ اذان مغرب: ۱۷:۴۲ ■ نیمه شب شرعی: ۲۳:۰۸  
■ اذان صبح فردا: ۴:۵۱ ■ طلوع آفتاب فردا: ۶:۱۵

■ پذیرش آگهی: ۸۳۲۱۰۰۰  
■ چاپ: همشهری  
■ تلفن: ۲۸۰۷۵۰۰۰

■ توزیع و اشتراک: موسسه نشر گستر امروز نوین  
■ تلفن توزیع: ۶۱۹۳۲۰۰۰  
■ تلفن اشتراک: ۶۱۹۳۳۱۱۴

■ دفتر مرکزی: تهران، خیابان ولیعصر (عج)، کوچه شهید سید کمال فرشی، شماره ۱۴  
■ دبستی: ۰۲۵۹۵۴-۰۹۶۶۶-۱۹۶۶۶ ■ تهران، صندوق پستی ۱۹۳۹۵۱۴۴۴  
■ تلفن: ۲۲۰۳۰۰۰۰، ۲۲۰۴۰۶۷، ۲۲۰۳۰۰۰۰

■ یکشنبه ۲۷ مهر ۱۴۰۴ ■ سال سی و سوم ■ شماره ۹۵۱۶ ■ سرمایه گذاری برای تولید



حافظ  
در آن زمین که نسیمی وزد ز طره دوست  
چه جای دم زدن نافه های تاتاری ست؟

صفحه از: علیرضا بهرامی

■ همشهری آنلاین: www.hamshahronline.ir  
■ سایت روزنامه: newspaper.hamshahronline.ir

■ **سیاسی و دیپلماتیک:**  
■ مدیر: حسین راجلو  
■ **شورنگار:**  
■ مدیر: پروانه بهرام پورزاد  
■ دبیر: مریم باقرپور  
■ **اقتصاد:**  
■ مدیر: حسین لطیفی  
■ دبیر: مریم موسوی پور  
■ **تماشگر:**  
■ دبیر: امیر محمد یعقوب پور  
■ دبیر: لیلی خرسند  
■ **گزارش:**  
■ دبیر: فیهمه طباطبایی

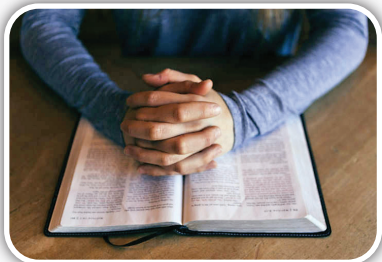
■ صاحب امتیاز:  
■ مؤسسه همشهری  
■ مدیر مسئول: محسن مهدیان  
■ مدیر: دانیال معمار  
■ دبیر تحریریه:  
■ شورای فرهنگی:  
■ معاونان سرپرست:  
■ علی عمادی، شاهین امین  
■ مدیر فنی: حامد بردابی  
■ مدیر هنری: مهدی سامانی  
■ دبیر عکس: امیر بهیور

■ **سرزمین من:**  
■ مدیر: سیده زهرا عباسی  
■ دبیر: زهرا رفیعی  
■ **تدرستی:**  
■ دبیر: جواد نصرمتی  
■ دبیر: مریم سرروش  
■ **سرنخ:**  
■ دبیر: جواد عزیزی  
■ دبیر: محمد جعفری  
■ **سرگرمی:**  
■ دبیر: فرامان شیرازی  
■ **طرح و گرافیک:**  
■ دبیر: محمدعلی خلیلی

■ **سرمدیر آنلاین:**  
■ اسماعیل سلطنت پور  
■ **معاونان آنلاین:**  
■ مجتبی صادقی  
■ کامران یارنجی، حامد فوقانی  
■ **مدیر فضای مجازی:**  
■ زهرا سادات بهشتی  
■ **مدیر پیش زنده:**  
■ امیرحسین محمد دوست  
■ **مدیر تولید تلویزیون:**  
■ الهه سادات بهشتی

## دور دنیا

## فریب با هوش مصنوعی



این روزها هوش مصنوعی، بیش از سایر واژگان سر زبان‌ها افتاده و به ابزاری قدرتمند برای بهبود زندگی انسان‌ها تبدیل شده. اگر از خطاهای معمول و رشد کاربر آن در حوزه‌هایی مناسب افراد راحت طلب مثل برخی دانش آموزان برای انجام تکلیف شبانه بگذریم، این بخش از فناوری توانسته در مسیر رشد آدمی، قدم‌هایی مؤثر بردارد؛ اما ابزار مفید، اگر در دست افراد سودجو قرار گیرد، می‌تواند به وسیله‌ای برای فریب و سوءاستفاده بدل شود. نمونه‌اش ماجرای کلاهبرداری در کشور برزیل است که چندی پیش یک باند خلافکار با استفاده از فناوری AI، دغا‌های معجزه‌سا تولید کرده و آن را به افراد ساده‌دل فروخته‌اند. در منطقه نیلوپولیس واقع در باکسدا فلوپینتزه، پلیس برزیل موفق شد پس از ۳۵ سال تحقیق، ۳۵ نفر را در ارتباط با این پرونده بازداشت کند. این افراد با رانداندازی یک مرکز تماس با شهروندان کاتولیک تماس می‌گرفتند، اطلاعات شخصی آنان را جمع‌آوری می‌کردند و سپس دغا‌های شخصی‌سازی شده با کمک هوش مصنوعی تولید می‌کردند و به قیمت حدود ۵۰ رنال (۱۰ دلار) به فروش می‌رساندند. برخی قربانیان تحت تأثیر محتوای احساسی این دغاها، چندین بار اقدام به خرید کرده و حتی مبالغ بیشتری پرداخته‌اند، با این باور که کمکی ماورایی در یافت می‌کنند. پلیس ریو دو ژانیرو اعلام کرده که این گروه از طریق شبکه‌های اجتماعی قربانیان خود را جذب می‌کرده است. رهبر گروه که خود را «کشیش» معرفی کرده بود، با انتشار پیام‌های انگیزشی، افراد را به دریافت «معجزه» یا «مکاشفه الهی» دعوت می‌کرد. پس از جلب اعتماد اولیه، اپراتورهای مرکز تماس با تماس‌های تلفنی، روند فریب را ادامه می‌دادند و دغا‌هایی بسا ادعای درمان بیماری یا نجات جان افراد را به فروش می‌رساندند. تحلیل پلیس از شیوه عملکرد این باند نشان می‌دهد که موفقیت طولانی مدت آنها تا حد زیادی به توانایی طبیعی هوش مصنوعی وابسته بوده است. این فناوری می‌توانست متون احساسی و متناسب با شرایط هر فرد را تولید کند و همین امر موجب افزایش باورپذیری قربانیان می‌شد. در حال حاضر، متهمان با اتهاماتی چون کلاهبرداری و تشکیل گروه مجرمانه روبه‌رو هستند. تقویت سواد رسانه‌ای و دیجیتال، به‌ویژه در جوامع مذهبی، ضرورتی حیاتی برای مقابله با چنین تهدیدهایی است.

## سوژه روز

## روز اول دانشگاه مبارک!



هفته پیش سازمان سنجش آموزش کشور، تکلیف پشت کنکوری‌ها را مشخص کرد و گروهی از امروز راهی دانشگاه‌های خود شدند و دسته‌ای هم غمگین در خانه ماندند. تا فکر بکری برای آینده خود کنند. اما این هفته، حال دانشجویان روز اولی دیدنی است؛ بچه‌هایی که بعد از ثبت‌نام اینترنتی در دانشگاه پذیرفته شده‌اند حالا نخستین روزهای دوره دانشجویی خود را تجربه می‌کنند.

این گروه تا دیروز با شنیدن زنگ مدرسه، به‌خط می‌شدند و به صف، به کلاس درس می‌رفتند و تا معلم می‌آمد، بر می‌ایستادند و جزوه می‌نوشتند و نمره دفتر می‌گرفتند و تا زنگ تفریح می‌خورد، نوبت حیاط می‌آمدند و تنها از بوفه مدرسه، می‌توانستند چند مدل بیسکویت بخرد، حالا وارد دریاپی شده‌اند به اسم دانشگاه! دانشگاهی که برخلاف دنیای دانش آموزی، خودت باید دانش را بجویی و هیچ معلمی برای تو برنامه‌ریزی نمی‌کند و هیچ زنگی ساعت کلاس یا تفریح را مشخص نمی‌نماید و در بوفه‌اش همه‌چیز مثل نوشابه انرژی‌زا و پفک و بستنی هم یافت می‌شود!

اما نکته قابل تأمل آن است که بسیاری از دانشجویان روز اولی، چون در دوران مدرسه، تنها تابع قوانینی بودند که مدارس برای آنها وضع می‌کردند و تنها تکالیفی را می‌نوشتند که معلم‌هایشان می‌گفتند و درسی را می‌خواندند که در کتاب درسی بود و مسیری را می‌رفتند که ناظم و مدیر مدرسه برایشان تعیین کرده بود، حالا وقتی پا در دنیای دانشجویی می‌گذارند سبک گردان می‌شوند و کاسه چه کتم، چه کتم به‌دست می‌گیرند و دوباره منتظر می‌شوند تا دیگران برایشان برنامه‌ریزی کنند. کاش مدارس ما در طول ۱۲ سال تحصیل، کمی استقلال را هم به بچه‌ها بیاموزند تا روزهای سرگردانی دانشجویان سال اولی، کوتاه‌تر و کوتاه‌تر شود.

# میراث کبیر

## ۱۷۴ سال پس از به صدارت رسیدن

## امیر کبیر نگاهی به خدمات این آزادمرد می‌اندازیم

**سیدسروش طباطبایی پور | روزنامه نگار |** تاریخ ایران، سرشار از لحظات فراز و فرود است؛ از مردانگی‌ها و بزرگی‌ها گرفته تا ظلم‌ها و ستم‌ها. اما یکی از نقاط روشن تاریخ ایران از ۱۷۴ سال پیش در چنین روزهایی آغاز می‌شود؛ روزی که میرزا محمد تقی خان فراهانی مشهور به امیر کبیر، صدراعظم شاه ناصری شد و تنها ۳ سال صدراعظم ایران بود، اما خدماتش به این سرزمین به اندازه‌ای بود که تاریخ، همچنان نامش را به نیکی یاد می‌کند. شاید مهم‌ترین قدم امیر کبیر برای پیشبرد ایران، تأسیس دارالفنون بود. او در یافته بود ایرانی که به سلاح علم روز و آگاهی مسلح نباشد، شیر بی بال و دمی است که نمی‌تواند در جهان، سری در سرها داشته باشد. در راستای ترویج آگاهی، امیر روزنامه وقایع اتفاقیه را هم تأسیس کرد تا مردمش از مسائل روز جهان آگاه باشند. امیر کبیر مخالف نفوذ خرافه در دین بود و پست‌نشینی در خانه علما را محدود

کرد، میگساری در دوره او ممنوع شد، مستمری سنگین شاهزادگان را قطع و برای شاه مبلغ ماهانه معینی مشخص کرد، نظامیان در دوره او منظم شدند (آن هم با لباسی متحدالشکل)، مخالف رشوه‌خواری بود، دیوانخانه عدالت بنا کرد، سد و راه ساخت، کاشت نیشکر و پنبه را رواج داد و هزارها قدم بی‌ادعای دیگر برداشت و در پایان، همین خدمات، دلیل اصلی بغض کوه‌نظران شد و گریبان او را گرفت. به بهانه روز به صدارت رسیدن امیر، نگاهی به برخی خدمات این مرد بزرگ می‌اندازیم و به خودمان یاد آور می‌شویم در همین روزها نیز زنان و مردانی بزرگ در این سرزمین، قدم در قدمگاه امیر بی‌ادعا می‌گذارند و برای اعتلای ایران تلاش می‌کنند که هر چند نامشان به گوش مان نخورد، اما به احترام‌شان باید کلاه از سر برداشت و تمام‌قد ایستاد!

## داروخانه

پس از تأسیس دارالفنون، این مدرسه به پاس‌گذار آموزش پزشکی نوین در ایران شد و فارغ‌التحصیلان آن اقدامات مهمی در زمینه تأسیس بیمارستان‌های دولتی و ساخت داروخانه‌ها به اشکال امروزی انجام دادند. یکی از چالش‌های مردم در آن دوره، بیماری واگیردار آبله بود که بسا درایت امیر، طرح آبله‌کوبی کشوری انجام شد که نقطه عطفی در تاریخ بهداشت عمومی ایران بود. داروخانه نظامیه در خیابان چراغ‌برق تهران، نخستین داروخانه تهران است که تا سال ۱۳۶۷ فعال بود و اکنون برخی وسایل آن را می‌توانید در موزه ملی تاریخ علوم پزشکی ایران ببینید.

## اسلحه‌سازی

در زمان صدارت امیر کبیر، نفوذ خارجی‌ان به خصوص روس‌ها و انگلیس‌ها بسیار زیاد شده بود و امیر تصمیم گرفت با افزایش قدرت نظامی ایران، پای دول غربی و شرقی را تا جایی که می‌تواند از ایران کوتاه کند. ساخت نخستین کارخانه اسلحه‌سازی در تهران در زمان میرزا تقی خان، بخشی از سیاست‌های خودکفایی نظامی ایران بود. برخی اسناد می‌گویند در دوره صدارت او هر ماه در تهران هزار و در اصفهان ۳۰۰ قیضه تفنگ می‌ساختند و توپ‌ریزی و باروت‌سازی تبریز دوباره رونق گرفت. خرید کشتی برای تقویت نیروی دریایی هم به دستور او بود.

## میدان توپخانه

میدان توپخانه که اکنون آنچرا به نام میدان امام خمینی (ره) می‌شناسیم، در زمانی که ساخته شد، نمادی از اقتدار نظامی، مالی و خدمات شهری مدرن در ایران و البته تهران بود. قرار گرفتن ساختمان بانک شاهی، ساختمان اداره پست و تلگراف‌خانه بر همین اساس بود؛ میدانی که دستور ساخت آن را میرزا تقی خان داد و از نخستین میدان‌های مدرن کشور به شمار می‌رفت، اما مهم‌ترین هدف از ساخت این میدان، استقرار توپ‌ها و قشون نظامی و نمایش قدرت حکومت بود و به همین دلیل میدان توپخانه نام گرفت.



## نهر کرج

در زمان صدارت امیر کبیر، تهران پایتخت بود و مثل این روزها پایتخت‌نشینان که روزبه‌روز جمعیت‌شان هم‌افزایی می‌یافت، آب و بحران زیربنایی و مهم امیر کبیر انتقال آب رودخانه کرج به تهران بود. در آن روزها و با استفاده از کانال‌های سنتی و آبراه‌های طبیعی، این اتفاق رخ داد که گزارش مختصری در آن در شماره دهم روزنامه وقایع اتفاقیه منتشر شد. انتقال آب شمسیرانات به تهران، بازسازی برخی آب‌بندها و بل‌ها را نیز به دوره او نسبت می‌دهند.

## رونق پارچه

اگرچه نخستین کارخانه‌های پارچه‌بافی در زمان او ساخته نشد، اما امیر با رفتارش تلاش کرد به این صنعت رونق دهد؛ مثلاً ورود پارچه‌های خارجی به‌دلیل معاهده‌های تجاری به ایران ممنوع نبود، اما امیر غالباً لباس‌هایی با پارچه‌های ایرانی می‌پوشید و عملاً چنس خارجی را مر دود می‌دانست تا مردم از او الگو بگیرند. شال‌های دستبافت کرمانی با تشویق امیر کبیر آن قدر طرفدار پیدا کرد که به شال امیری معروف شد. در دوره او سنگ‌بنای کارخانه بزرگ نخ‌ریسی و چلوآر بافشی در تهران و چند کارخانه حریربافی و ریسندگی گذاشته شد.



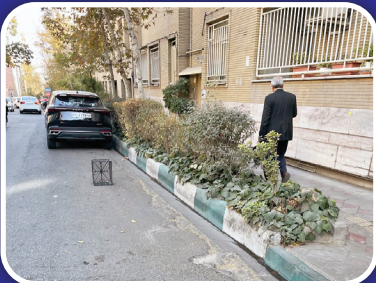
## پست

در زمان صدارت امیر کبیر، تحولات مهمی در حوزه پست ایران رخ داد که یکی از مهم‌ترین آنها تأسیس نخستین اداره رسمی برای پست دولتی ایران بود تا مرسولات دولتی و نامه‌های مردم به سلامت به مقصد برسند. در این دوره چاپخانه‌ها که پیش از آن به‌صورت نامنظم فعالیت می‌کردند تحت نظارت دولت، خدماتی منظم ارائه می‌کردند. نخستین تعرفه‌های رسمی برای ارسال نامه‌ها و قوانینی برای امنیت نامه‌ها هم در عهد این مرد بزرگ وضع و زمینه‌ساز اتصال شبکه پست ایران به شبکه جهانی شد.



## نگاه

## کاسبی با اموال عمومی



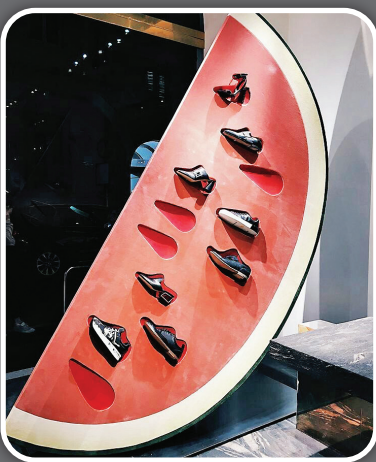
این صحنه برای رانندگان تهرانی که کابوسی تکراری بدل شده است؛ اینکه پس از دقایق طولانی سرگردانی در خیابان‌های شلوغ برای یافتن جای پارک، چشم‌تان به یک فضای خالی می‌افتد، اما به محض نزدیک شدن، با مانعی روبه‌رو می‌شوید که نه بخشی از میلمان شهری است و نه یک خودروی دیگر. یک سبد پلاستیکی میوه، یک مخروط نارنجی‌رنگ فر سوده، یا حتی یک صندلی شکسته، این اشیای بی‌جان، نگهبانان یک کسب‌وکار غیررسمی و البته غیرقانونی هستند که در سکوت نهادهای نظارتی، در حال گسترش است.

پدیده «فروش جای پارک» دیگر یک تصرف ساده و موقت نیست؛ بلکه به یک تجارت حساب‌شده تبدیل شده است. فردی که اغلب نه لباس فرم به تن دارد و نه مسئولیتی قانونی، با اشغال چند جای پارک عمومی در معابر پر تردد، عملاً مالکیت خیابان را از آن خود می‌کند. بعد از نزدیک شدن راننده‌ای مستأصل، یا لحنی که ترکیبی از پیششهاد و اجبار است، جای پارک «رزرو شده» را در ازای مبالغی از ۵۰ تا حتی ۱۰۰ هزار تومان به فروش می‌رساند. این یک معامله نیست، بلکه نوعی اخاذی آشکار است که بر پایه نیاز فوری شهروندان و نبود گز بهای دیگر شکل گرفته است.

فراتر از هزینه تحمیلی و دردسر یافتن جای پارک، این پدیده زنگ خطری جدی برای مفهوم «حق شهروندی» و «فضای عمومی» است. معابر شهری، ملک مشاع تمام شهروندان هستند و هیچ فردی حق ندارد آن را به حیاط خلوت کسب‌وکار شخصی خود تبدیل کند. وقتی یک شهروند می‌پذیرد که برای حق طبیعی خود پول پرداخت کند و دیگری این حق را به‌صورت غیرقانونی می‌فروشد، پایه‌های نظم اجتماعی و احترام به قانون، ذره‌ذره فرسوده می‌شود. در نهایت اینکه مقابله با این پدیده پیچیده نیست و تنها به گشت‌زنی‌های مستمر و برخوردی قاطع نیاز دارد. پیش از آنکه این سبدها و مخروط‌ها در تمام خیابان‌های شهر ریشه بدهند و تصرف فضای عمومی به یک هنجار پذیرفته‌شده تبدیل شود، باید این بساط غیرقانونی را برچید. خیابان‌های شهر، ملک شخصی هیچ کس نیستند.

## عکس خانه

## یک قاچ خلایقیت



در دنیای اشباع‌شده از تبلیغات، گاهی یک ایده ساده و خلاقانه می‌تواند بیش از هر تبلیورد گران‌قیمتی، توجه‌ها را به خود جلب کند. به تازگی، تصویری از ویرترین یک فروشگاه کفش در شبکه‌های اجتماعی دست به‌دست می‌شود که مصداق بارز همین موضوع است و تحسین بسیاری از کاربران را برانگیخته است. در این تصویر، طراح با هوشمندی و نگاهی هنرمندانه، یک قاق غول‌پیکر و دلپذیر از هندوانه را به‌عنوان اسستند اصلی و پترین طراحی کرده است. اما نکته جذاب ماجرا آنجاست که به جای تخمه‌های سیاه هندوانه، انواع کفش‌های فصل در حفره‌هایی به همان شکل و اندازه قرار گرفته‌اند. این ترکیب‌بندی غیرمنتظره و بازگوشانه، تضاد جالبی میان طراوت یک میوه تابستانی و ماهیت صنعتی یک کالای مصرفی ایجاد کرده و به شکلی چشم‌نواز، محصول را به نمایش گذاشته است. این عکس نشان می‌دهد که چگونه مرزهای بازاربایی در حال تغییر است. امروزه دیگر تنها کیفیت محصول کافی نیست؛ بلکه ارائه یک «تجربه» به مشتری، حتی قبل از ورود به مغازه، به یک مزیت رقابتی قدرتمند تبدیل شده است. این ویرترین هندوانه‌ای، بدون هیچ هزینه گزافی، به یک ابزار تبلیغاتی رایگان تبدیل شده و کتنج‌کاوی هزاران نفر را برای دیدن این فروشگاه و محصول‌اش برانگیخته است.